

## ABSTRAK

### ANALISA STRATEGI BERSAING PT ADHI COMMUTER PROPERTI DALAM INDUSTRI PROPERTI

**Eko Wisnu Prananto**

21/489869/PEK/28031

Kebutuhan properti semakin meningkat setiap tahunnya sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia. PT Adhi Commuter Properti (ADCP) merupakan perusahaan properti anak usaha PT Adhi Karya yang berfokus pada pengembangan Mixed Used Development berkonsep *Transit Oriented Development* (TOD) di sekitar transportasi massal seperti LRT, MRT, BRT dan KRL. PT ADCP menghadapi persaingan yang cukup ketat dari pesaing yang berasal dari swasta maupun BUMN yang lebih dulu terbentuk. Berdasarkan laporan keuangan PT ADCP tahun 2022 pertumbuhan penjualan PT ADCP masih cukup rendah, sedangkan LRT sebagai daya tarik utama properti PT ADCP akan diluncurkan pada Agustus 2023.

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode naratif interpretatif kualitatif yang didukung oleh deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi ADCP dalam menjalankan bisnis di industri properti, menganalisa posisi usaha ADCP dalam industri properti saat ini dan memformulasikan strategi yang tepat bagi ADCP dalam persaingan industri properti.

Hasil analisa menunjukkan bahwa faktor peluang eksternal utama yang memengaruhi perusahaan adalah kebijakan relaksasi LTV dan rencana peluncuran LRT. Sedangkan faktor ancaman eksternal utama adalah kenaikan suku bunga. Sedangkan faktor kekuatan internal utama yang memengaruhi perusahaan adalah ADCP merupakan satu-satunya developer yang membangun properti 0 Km dari stasiun LRT. Sedangkan faktor kelemahan internal utama adalah sistem manajemen risiko yang belum berjalan dengan optimal. Hasil analisa IE menunjukkan bahwa posisi perusahaan saat ini berada di area *Grow and Build*. Melalui matriks SWOT dapat diformulasikan 4 alternatif strategi antara lain : meningkatkan sinergi kerjasama dengan mitra strategis untuk mengembangkan produk TOD baru, memanfaatkan momentum peluncuran LRT Jabodebek untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan *cash in* ke perusahaan, meningkatkan awareness terhadap PT ADCP dan kelebihan produknya ke konsumen dan fokus pada penyelesaian proyek. Kemudian dengan matriks QSPM didapatkan strategi fokus pada penyelesaian proyek sebagai strategi prioritas dengan nilai STAS 6,27.

**Kata kunci :** Properti, TOD, LRT, PESTEL, Five Forces, VRIO, EFE, IFE, SWOT, QSPM

## ABSTRACT

### COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS OF PT ADHI COMMUTER PROPERTY IN THE PROPERTY INDUSTRY

**Eko Wisnu Prananto**

21/489869/PEK/28031

Property needs are increasing every year in line with population growth in Indonesia. PT Adhi Commuter Properti (ADCP) is a subsidiary of PT Adhi Karya which focuses on developing Mixed Used Development with a *Transit Oriented Development* (TOD) concept around mass transportation such as LRT, MRT, BRT and KRL. PT ADCP faces quite tight competition from competitors from the private sector and state-owned companies that were formed earlier. Based on PT ADCP's 2022 financial report, PT ADCP's sales growth is still quite low, while the LRT as the main attraction of PT ADCP's property will be launched in August 2023.

The research method that will be used is a qualitative interpretive narrative method supported by quantitative descriptive. This study aims to identify internal and external factors that influence ADCP in running a business in the property industry, analyze the current position of ADCP's business in the property industry and formulate the right strategy for ADCP in the property industry competition.

The results of the analysis show that the main external opportunity factors influencing the company are the LTV relaxation policy and the launch of the LRT. Meanwhile, the main external threat factor is the increase in interest rates. Meanwhile, the main internal strength factor that influenced the company was that ADCP was the only developer who built a property 0 Km from the LRT station. Meanwhile, the main internal weakness factor is the risk management system that has not run optimally. The IE analysis results show that the company's current position is in the Grow and Build area. Through the SWOT matrix, 4 alternative strategies can be formulated, including: increasing collaboration synergies with strategic partners to develop new TOD products, taking advantage of the momentum of the Jabodebek LRT launch to increase sales and increase *cash in* to companies, increase awareness of PT ADCP and the advantages of its products to consumers and focus on project completion. Then with the QSPM matrix, a focus on project completion is obtained as a priority strategy with a STAS value of 6.27.

**Keywords :** Property, TOD, LRT, PESTEL, Five Forces, VRIO, EFE, IFE, SWOT, QSPM